



USAL

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación Social.



TESIS MONOGRÁFICA

Las aplicaciones móviles como nuevas herramientas, dentro del marketing móvil, para generar engagement; dirigiéndose a los millennials, nicho conformado por usuarios activos de las mismas.

Alumno: Vaz, Delfina

Cátedra: Gutiérrez, Daniel

Asignatura: Presentación de tesina

Comisión: LPU

Tuto designado de la tesina: Sebastian Groppa

Lugar y fecha: Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación Social.

Correo electrónico: Delfivaz@gmail.com

INDICE

La era móvil	1
“Llamame cuando puedas”	1
Del “ladrillo” al teléfono inteligente	1
“Dime cuánto usas el celular y te diré qué clase de usuario eres”	3
Mercado móvil en Argentina	5
Aplicaciones móviles, sus comienzos	6
Aplicación nativa, webapp, webapp nativa	8
“Cuántas más aplicaciones, más útiles”	9
¿Quiénes utilizan las aplicaciones?	12
La generación Y, La generación del Milenio, Los Millennials	12
Los Millennials en el ámbito laboral	15
Los Millennials: “fashionistas natos”	17
Los Millennials y el dinero	18
Los Millennials y sus fieles compañeras: Las Redes Sociales	21
Generación C: “un nuevo grupo dentro de una generación”	23
Las marcas a la hora de crear	24
Las aplicaciones de marca	24
“Pequeñas grandes marcas”	26
Apps móviles: “una pieza más dentro del <i>mkt</i> ”	28
Las aplicaciones de marca: el fin buscado	33
Las marcas y los usuarios. ¿Qué pretenden de ellas?	36
Hablemos del Marketing Móvil	36
Primeros pasos del marketing móvil	37
Web móvil vs. las apps	39
Los Millennials y las apps	42
Las marcas y las apps	49
Las marcas y los Millennials	52

¿Con qué nos encontramos dentro del mercado de las apps móviles?	55
“VA. NO. VA.”	55
Ficha técnica	56
Dog Chow 123	57
Francés Go: “Baja la aplicación”	58
Coca-Cola: SmileWorld	59
Nike: Training Club	59
Ray Ban: Reflections	60
¿Qué les deparará el futuro?	62
La tecnología avanza rápidamente y las necesidades, también	62
¿Un futuro prometedor para el negocio?	64
Conclusión	68
Bibliografía	70



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1.1. "Llamame cuando puedas."

El teléfono celular tiene sus inicios a principios de la Segunda Guerra Mundial, donde se hacía necesaria la comunicación a distancia. Ante esto la empresa Motorola creó un equipo llamado *Handie Talkie H12-16*, este permitía la comunicación a través de ondas de radio. No obstante, fue solo cuestión de tiempo para que Martin Cooper, considerado el padre de la telefonía celular, fabricara el primer radio teléfono entre 1970 y 1973 en Estados Unidos.

Unos años después, más precisamente en 1985, se comenzaron a perfeccionar las características de este nuevo sistema radio telefónico, para luego lograr crear un equipo que utilizaba recursos similares a los del Handie Talkie. Con la fusión de estas dos grandes innovaciones podemos hablar de la creación del teléfono móvil marcando un hito en la historia de los componentes inalámbricos, ya que con este equipo se podía hablar a cualquier hora y en cualquier lugar.

Desde entonces, no se ha dejado de innovar. En 1973 Motorola presentó el prototipo del primer teléfono móvil para luego, diez años después, lanzarse al mercado con el nombre de "*Motorola DynaTAC 8000X*" (un peso de 780 gr y una medida de aproximadamente 33 x 9 x 4.5cm). Este se adecuaba correctamente a la época, su función era simple. Consistía en realizar y recibir llamadas de forma natural.

Con el paso del tiempo, mejor dicho, con varias décadas de innovación transcurridas, llegamos a lo que conocemos como celular, hoy en día. Mejoraron las terminales, las redes, los softwares móviles, el diseño y el peso, una completa adaptación para los mismos fabricantes, operadores y distribuidores. Se dejó de lado las antenas, las tapas protectoras y hasta los botones, convirtiéndose en pequeñas computadoras portátiles multifuncionales. Se puede decir que lo único que conservaron del teléfono, fue su nombre.

1.2. Del "ladrillo" al teléfono inteligente.

La evolución del celular es extensa y compleja, pero se puede dividir en tres generaciones bien marcadas:

Primera generación: Surge con la aparición del "ladrillo". El primero se presentó oficialmente en 1984. Pesaba 1 kilo y sus medidas eran 33,02 x 8,89 cm, de ahí el origen de su nombre. Dos años más tarde, la empresa Ericsson, modernizó el sistema de ese momento que utilizaba canales de radio analógicos, logró que esta nueva versión funcionara de manera similar a las anteriores pero a frecuencias superiores, es decir, se pasó de una frecuencia en torno a 450 MHz a 900 MHz. Esto permitió brindarle servicio a un número mayor de usuarios.

Uno de los destacados en la época de los 90, que abrió las puertas a la segunda generación de celulares, fue la digitalización de las comunicaciones. Esto permitió una mejor calidad de voz a comparación de las existentes en los 80.

Segunda generación: Todo comienza con el pase de la señal analógica a la señal digital, ahora se podían transmitir varias conversaciones de manera simultánea, la definición mejoró y comienzan a utilizarse los SMS (Short Message System) como algo novedoso. Hasta que a fines de los 90 comienza el “boom”, la masividad de la telefonía celular. Crecen las compañías, la competencia aumenta y una mayor cantidad de usuarios se incorpora a estos servicios, favorecidos por los precios.

Finalmente, la tecnología EDGE (Enhanced data rates for GSM Evolution), un avance que nos lleva a la tercera generación, la cual permitía la conexión a internet.

Tercera generación: El salto más importante que marca la tercera etapa en la era móvil, se genera con el nacimiento del 3G. Se aumentó la capacidad en la transmisión de datos para ofrecer servicios tales como la conexión a internet desde cualquier móvil, la videoconferencia, ver televisión desde el aparato y la descarga de archivos. En este momento ya podemos hablar de un nuevo sistema, UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), que lo poseen nuestros fieles *Smartphones*, los teléfonos inteligentes.

Se podría mencionar una cuarta generación a partir de la masividad de dichos smartphones y el avance en la tecnología 4G.

“No cabe duda que la aparición en el mercado del standard de comunicaciones 4G, cambió para siempre el modo en que los usuarios de teléfonos celulares usan su dispositivo. A tal punto esto es así que la telefonía de consumo de entretenimiento tal como la conocemos en la actualidad no podría existir.”

“La unión del smartphone, una impresionante mezcla entre teléfono y computadora, y este nuevo estándar de comunicaciones, sin duda alguna rompió el esquema de consumo de contenidos al cual estábamos acostumbrados desde hace años, ya que gracias a la velocidad de transmisión de datos que puede alcanzar 4G podemos consumir sin ninguna clase de problemas contenidos de video en alta definición, música en streaming y mil cosas más, además de que por supuesto todo lo que tenga que ver con nuestro trabajo lo podremos realizar varias veces más rápido y sin tantas complicaciones, en el lugar y momento en donde nos encontremos, puntos que hoy son vitales para el desenvolvimiento diario de millones de personas alrededor del mundo.” (La evolución de los teléfonos celulares. 1 junio, 2016, de Informática hoy sitio web: <http://www.informatica-hoy.com.ar/>)

Este camino recorrido de constante evolución, llevó a un crecimiento amplio y variado del mercado, donde las oportunidades se ajustan cada vez más a las necesidades de los usuarios. Es aquí donde deberían entrar en juego las marcas, para aprovechar dichas necesidades.

1.3 “Dime cuánto usas el celular y te diré qué clase de usuario eres.”

En estos tiempos modernos, el uso del teléfono móvil ha ido creciendo a medida que los años pasan. Nuevos usuarios comienzan a formar parte de esta comunidad y deberán adaptarse a lo que estas novedosas tecnologías ofrecen.

Estudios realizados por la Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina (CICOMRA) revela que en el 2001 existían 6.741.791 millones de líneas en servicio, llegando a 62.500.000 millones en 2015, habiendo un 1,5 de aparatos per cápita, de las cuales unos 42.000.000 millones son líneas activas. (*Informe de Mercado de Informática y Telecomunicaciones*. (2015). 1 junio, 2016, de CICOMRA sitio web: <http://www.cicomra.org.ar/>)

Con el aumento de la cantidad de usuarios, creció la competencia en el mercado. Más y más marcas comenzaron a desarrollarse y cambiar sus dispositivos según las necesidades y gustos de los consumidores. Un estudio realizado por Carrier y Asociados determinó el siguiente ranking de las marcas más vendidas a lo largo del 2015:

Samsung se encontró posicionado como la marca más vendida, abarcó un 47%. En el segundo puesto se encontraba LG con un 18%. Por último, ocupando el tercer puesto Motorola con un 14%, seguido de Microsoft y Nokia con un 10%.

Perdiendo ventas y participación, Sony con un 3% pero no tanto como Blackberry con un 1%. (CARRIER, E. 2015, *Mercado Celular Argentino*. 2 junio, 2016, de Carrier y Asociados sitio web: <http://www.carrieryasoc.com/>)

Otros Estudios, realizados por Motorola Mobility Argentina, dan a conocer que los usuarios miran el celular 8 veces por hora (una vez cada 7,5 minutos), el 60% duerme con su smartphone al alcance de la mano, el 54% se lo lleva al baño, el 73% lo utiliza en salas de espera y un 7% mientras realizan ejercicio. (*Los argentinos miran el celular cada 7 minutos*. (2015). 1 junio, 2016, de Infobae sitio web: <http://www.infobae.com/>)

El uso compulsivo del celular no se da por arte de magia. Las aplicaciones móviles cumplen un lugar importante al momento de querer pasar horas y horas frente a la pantalla móvil. Estudios elaborados, como todos los años, por IAB (Interactive Advertising Bureau) junto con *The Cocktail Analysis*, determinaron que en 2013 el 71% de los usuarios utilizan aplicaciones y tienen instaladas en sus celulares 22 de las mismas. El mismo estudio, dos años después, demostró una baja en el número de apps instaladas, se pasó de 22 aplicaciones a 13. Dentro de los encuestados se determinó los motivos del porque dicha baja:

Aumento de cuota de mercado: ha sido sorprendente el crecimiento del mercado en solo un año. Ante esto, los usuarios no han tenido oportunidad de instalar las aplicaciones.

Usuarios no expertos: como mencionamos anteriormente, nuevos usuarios deben incorporar a los smartphones, en sus quehaceres, porque comienzan a ser la única alternativa. Estas personas no son expertas a cuanto lo tecnológico y su nivel de aprendizaje es menor a comparación de aquellas generaciones que nacieron en este mundo 3.0.

Los usuarios exigen más: los más expertos empiezan a ser más demandantes con respecto a las aplicaciones que poseen en sus móviles. Si una aplicación no les convence después de

probarla, la desinstalan directamente en lugar de mantenerla en el móvil mientras consume memoria y batería.

Siguiendo con la evolución del mercado móvil, un informe realizado por Cisco Visual Networking Index, revela el tráfico global de dichos datos móviles entre los años 2015 y 2020.

El informe muestra que se espera que los dispositivos y las conexiones móviles inteligentes, lleguen a ser el 72% del total en 2020. Subiendo un 36% desde la última contabilidad en 2015, y que, a su vez generen el 98% del tráfico móvil. La proliferación de teléfonos móviles crece con tanta rapidez que más personas tendrán más celulares (5.400 millones) que electricidad (5.300 millones), agua corriente (3.500 millones) o automóviles (2.800 millones) para el 2020.

Por su parte, Cisco Visual Networking Index, reveló que el video móvil tendrá la mayor tasa de crecimiento de todas las aplicaciones móviles. Las mejoras en las resoluciones de video, mayores anchos de banda y velocidad de procesamiento, incrementará el uso de dispositivos conectados a redes 4G superando a la 2G como tecnología celular predominante en 2018 y a la 3G en 2020. Es decir, la tecnología 4G supondrá más del 70% de todo el tráfico móvil en 2020, y sus conexiones generarán seis veces más tráfico al mes que el resto de conexiones móviles en dicha fecha.

A continuación, las principales conclusiones que elaboró el informe de Cisco Visual Networking Index:

- El tráfico global de datos móviles sigue creciendo. Alcanzará un incremento interanual del 53% entre 2015 y 2020.
- Entre 2015 y 2020 el tráfico global de datos móviles aumentará dos veces más rápido que el tráfico global de datos fijos.
- En 2020, más del 75% del tráfico global de datos móviles será video.
- En 2020, habrá 11.600 millones de dispositivos móviles.
- A escala global, el 72% de los dispositivos serán inteligentes en 2020.

"con el crecimiento exponencial de personas, dispositivos y objetos conectados, la movilidad constituye un pilar fundamental para la transformación digital. Las próximas innovaciones en redes celulares -como 5G- y WiFi serán claves para responder a las futuras demandas de escalabilidad, seguridad y necesidades de los usuarios, mientras los avances en el Internet of Things seguirán proporcionando beneficios a las personas, las empresas y los países." Indicó Doug Webster, vicepresidente de marketing para proveedores de servicio en Cisco. (El 70% de los habitantes serán usuarios móviles en 2020. (2016). 10 junio, 2016, de Puro Marketing sitio web: <http://www.puromarketing.com/>)

1.3.1. Mercado móvil en Argentina.

En el país existen 10,8 millones de usuarios de teléfonos inteligentes, que representan una penetración del 36% en el mercado total de celulares. Los expertos determinan que para el 2018 los smartphones dominarán el mundo de los dispositivos móviles. Para ese año, el 51,7% de la población será propietario de un teléfono inteligente, porcentaje que se traduce en 2.561 millones de usuarios.

Un estudio realizado en 2015 por la consultora eMarketer, determinó que, a principios del 2016, 1.910 millones de personas tendrán un teléfono inteligente. El crecimiento en las ventas de smartphones será distinto en cada mercado, donde habrá incluso protagonistas domésticos si se habla de fabricantes.

Si bien Apple logra cada día una influencia mayor con sus iPhone, en Argentina debido a las restricciones a las importaciones hace imposible medir de manera adecuada qué porcentaje de usuarios posee un equipo Apple. A pesar de eso, marcas como Samsung, LG, Motorola, Microsoft/Nokia y Sony son las que dominan las ventas.

A pesar de lo mencionado, anteriormente, el estudio muestra que el 84% de los celulares que se vendieron en el país durante 2014 fueron inteligentes. Si bien el mercado total se contrajo, el segmento de smartphones goza de buena salud. Se pasó de ventas por 13 millones en 2013 a 11,4 millones. El informe de Carrier y Asociados mostró que la venta de teléfonos inteligentes creció 31% pasando de 7,3 millones a 9,6 millones.

eMarketer comparó distintos países según la cantidad de smartphones en funcionamiento que poseen, ubicando a la Argentina en cuarto lugar:

Brasil: 38,8 millones de equipos, que alcanzan al 28,3% de la población.

Colombia: 14,4 millones, equivalentes a 45,3% de la población con un teléfono inteligente.

México: 28,7 millones, representa un 41,2%.

Argentina: con 10,8 millones de usuarios, una penetración del 36 por ciento.

“Comparando con otras regiones, la penetración en los mercados desarrollados, los números son elevados. Datos obtenidos del Business Insider, estiman que en los EEUU alcanzó al 75% en 2014 y que llegará al 81% durante este año. En Reino Unido el 73% del mercado de móviles es inteligente, un porcentaje que se elevó a 80% en 2015. Alemania, uno de los saltos más elevados: pasó de 52% a 65% en un año. En España y Francia sucedió algo similar con una penetración pasando de 58% a 66% entre el 2014 y el 2015. Por último, en China el 45% de los teléfonos son inteligentes y en India pasó de tener un 20% de equipos de ese tipo a un 27%. La Argentina llegó a estar entre los 25 países con mayor penetración de smartphones en uso. Se puede decir que en Argentina “es un país con más celulares que habitantes.” (Argentina entre los 25 países con mayor cantidad de usuarios de smartphones. (2016). 10 junio, 2016, de Infobae sitio web: <http://www.infobae.com/>)